

PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE BLACKBERRY
(Studi Kasus Pada AR Cell Karang Pilang Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

FRANDIKO EKA PUTRANTO
0912010059 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE BLACKBERRY (Studi Kasus Pada AR Cell Kurang Pilang Surabaya)

Disusun Oleh :

FRANDIKO EKA PUTRANTO
0912010059 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 17 Desember 2013

Pembimbing
Pembimbing Utama

Tim Penguji :
Ketua

Drs. Ec. Herry Pudjo P., MM
NIP. 19620381988031002

Dr. Eko Purwanto, M.Si
NIP. 195903291987031001

Sekretaris

Drs. Ec. Luky Susilowati, MP.
NIP. 195602171988032001

Anggota

Drs. Ec. Herry Pudjo P., MM
NIP. 19620381988031002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 196309241989031001

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE BLACKBERRY (Studi Kasus Pada AR Cell Kurang Pilang Surabaya)

Yang Diajukan

FRANDIKO EKA PUTRANTO
0912010059

Disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Hery Purdjoprastyono, MM
NIP. 196203181988031002

Tanggal

Mengetahui,
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Drs. Ec. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 196003301986031003

USULAN PENELITIAN

PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE BLACKBERRY
(Studi Kasus Pada AR Cell Kurang Pilang Surabaya)

Yang Diajukan

FRANDIKO EKA PUTRANTO
0912010059

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Hery Purdjoprastyono, MM
NIP. 196203181988031002

Tanggal

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 196509071991031001

USULAN PENELITIAN

PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE BLACKBERRY
(Studi Kasus Pada AR Cell Kurang Pilang Surabaya)

Yang Diajukan

FRANDIKO EKA PUTRANTO
NPM. 0912010059 / FE / EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Hery Purdjoprastyono, MM
NIP. 196203181988031002

Tanggal

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 196509071991031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis mengucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry di AR Cell Surabaya”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur yang telah memberi banyak pengetahuan selama masa perkuliahan

6. Bapak, Ibu dan saudara yang telah memberikan dukungan doa
7. Semua pihak yang membantu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya,.....

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.2 Keputusan Pembelian	19
2.2.3 Harga.....	22
2.2.4 Promosi	24
2.2.5 Kualitas Pelayanan	26
2.2.6 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2.7 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ...	30
2.2.8 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3 Kerangka Konseptual.....	31
2.4 Hipotesis.....	32
 BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variable	33
3.1.1 Definisi Operasional	33
3.1.2 Pengukuran Variable	34
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi.....	35

3.2.2	Sample	36
3.3	Teknik pengumpulan data	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data	37
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	38
3.4	Teknik Analisis	38
3.4.1	Model Spesifikasi Dengan Pls	39
3.4.2	Evaluasi Model	40
3.4.3	Model Pengukuran Dengan Outer Model	41
3.4.4	Model Pengukuran Dengan Inner Model	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum	43
4.1.1	Gambaran Perusahaan	43
4.2	Diskripsi Jawaban Responden	44
4.2.1	Penyebaran Kuesioner	44
4.2.1	Diskripsi Karakter Responden	44
4.3	Diskripsi Variabel	47
4.3.1	Diskripsi Variable Harga (X1)	47
4.3.2	Diskripsi Variabel Promosi (X2)	49
4.3.3	Diskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	50
4.3.4	Diskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
4.4	Hasil Partial Least Square	54
4.4.1	Evaluasi Model Pengukuran	54
4.4.2	Evaluasi Model Struktural	58
4.4.3	Uji Kausalitas	59
4.5	Pembahasan	62
4.5.1	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	62
4.5.2	Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	62

4.5.3	Hubungan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	64
5.3	Saran	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Merek-Merek puncak (Top Brand) katagori smart phone Tahun 2011-2013	7
Tabel 1.2	Data Penjualan Smartphone Tahun 2011-2012.....	8
Tabel 1.3	Data Penjualan Smartphone BlackBerry di AR Cell, Surabaya.....	9
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Jumlah Responden Menurut Umur.....	45
Tabel 4.3	Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4	Jawaban Responden Tentang Harga (X1).....	47
Tabel 4.5	Jawaban Responden Tentang Promosi (X2)	49
Tabel 4.6	Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X3)	50
Tabel 4.7	Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.8	Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	54
Tabel 4.9	Avarage Variance Extracted (AVE)	55
Tabel 4.10	Composite Reliability	56
Tabel 4.11	Outer Weights.....	57
Tabel 4.12	R-Square.....	58
Tabel 4.13	Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Model Pengukuran PLS Harga (X1) Promosi (X2) Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	59

Pengaruh Harga,Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya

Frandiko Eka Putranto
0912010059

Abstraksi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry di AR Cell Surabaya. Metode penelitian ini yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah semua orang yang telah melakukan pembelian di AR Cell Karang Pilang Surabaya.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan adalah probability sampling dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode simple random sampling. Dengan demikian setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpicil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi. Jumlah responden yang dijadikan sample sebanyak 53.

Hasil dari penelitian ini yaitu harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Smartphone blackberry di AR Cell Karang Pilang Surabaya.

Keywords : Price, Promotion, Quality Service.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi persaingan dunia usaha semakin kompetitif yang berakibat setiap perusahaan berusaha untuk menjadi pemenang dalam memasarkan produknya. seiring dengan semakin berkembangnya populasi manusia, berkembang ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih, dan semakin tingginya tingkat mobilitas masyarakat, sangat berpengaruh kepada pemenuhan kebutuhan terutama kebutuhan telekomunikasi, khususnya handphone.

Banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan antara perusahaan sejenis dalam menyajikan keunggulan produknya dalam merebut perhatian konsumen.

Handphone atau telephone genggam saat ini benar-benar sudah menjadi gaya hidup bagi setiap orang di dunia. Di Indonesia sendiri dari masyarakat kalangan bawah sampai kalangan atas, dari usia anak-anak sampai kakek-kakek juga merupakan suatu kebutuhan yang wajib untuk memiliki ponsel. walaupun negara Indonesia kebanyakan masyarakat dari ekonomi menengah kebawah akan tetapi daya beli terhadap teknologi yang satu ini sangat besar.

Blackberry pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub. (teknologi-

mu.blogspot.com/2012/08/). Seri Blackberry pertama yang dibawa oleh Indosat adalah 7730 dan menawarkan layanan Blackberry Enterprise Server. Awalnya, Indosat hanya menargetkan Blackberry untuk kalangan Corporate. Dalam waktu 3 bulan sejak muncul di Desember 2004, pelanggannya sudah lebih dari 300 perusahaan. Beberapa bulan kemudian, barulah Blackberry dilepas untuk kalangan individu dengan target pelanggan mencapai 5 ribu orang hingga akhir 2005. Pasar Blackberry di Indonesia semakin ramai dengan masuknya XL dan Telkomsel dalam persaingan. Hingga saat ini, Blackberry masih menjadi andalan dari operator lokal untuk menggoda konsumen. (techno.ghiboo.com)

Tingginya permintaan telepon seluler pintar Blackberry di Indonesia ternyata tidak diimbangi oleh meningkatnya kualitas pelayanan oleh vendor teknologi asal Kanada itu. Sebaliknya, seperti yang diutarakan sejumlah analis industri di Tanah Air, layanan Blackberry akhir-akhir ini menurun drastis. Pakar telekomunikasi Harry Setiadi Wibowo misalnya, yang telah menggunakan ponsel buatan Research in Motion sejak 2005, membenarkan jika layanan Blackberry telah menurun. "Blackberry semakin pelan," kata Herry kepada Investor Daily, Senin (21/5), "Ketika saya menggunakan Blackberry pada 2005 layanannya masih bagus sampai 2009. Tetapi sekarang, sangat jelek." Menurunnya kualitas layanan Blackberry tidak hanya terjadi di jam-jam sibuk tetapi juga sepanjang hari. "Jika bukan karena layanan Blackberry Messengers, saya tidak akan menggunakan Blackberry

lagi. Ketika digunakan untuk browsing, koneksinya sering terputus," ujar Herry kecewa. (berita satu.com)

Selain itu masih ada beberapa kendala mengenai kualitas layanan pada Smartphone Blackberry, berikut complain tentang Smartphone Blackberry.

Saya adalah konsumen dari Selular Shop (distributor resmi penjualan Blackberry), di mana saya melakukan pembelian ponsel dengan merk Blackberry seri 9300 Curve 3G.pada hari Selasa 10 Mei 2012 saya mengajukan perbaikan ke Blackberry Service Selular Shop Daan mogot, dimana HP Blackberry saya dalam kondisi rusak (LCD buram) tanpa retakan. Saya merasa yakin akan difasilitasi dengan baik oleh Blackberry Service Selular Shop karena HP saya masih dalam perlindungan garansi resmi Blackberry Service Selular Shop selama 2 tahun.keluhan saya diterima oleh CSO Bapak Saepudin dan membenarkan bahwa ponsel saya tidak ada retakan, diterima untuk diinput. Disampaikan oleh CSO bahwa Pihak RIM yang memberikan keputusan apakah kerusakan HP saya tercover atau tidak dalam garansi.kecurigaan saya berawal pada saat pengecekan ponsel. Ponsel saya dibawa keluar ruangan oleh CSO dan saya tidak mengetahui keadaan ponsel saya juga perlakuan kepada ponsel saya saat dilakukan pengecekan. Setelah dilakukan pengecekan, diinformasikan bahwa LCD ponsel saya mengalami keretakan sehingga harus membayar biaya sekitar Rp1.200.000, karena hal tersebut di luar dari ketentuan garansi.dan saya harus mengeluarkan dana Rp100.000 untuk biaya pengecekan ponsel. CSO tersebut tidak menginformasikan kepada saya diawal perihal biaya pengecekan

tersebut. Informasi tersebut baru saya terima setelah pengecekan ponsel saya, setelah LCD ponsel saya dinyatakan retak. Jujur saya sangat kecewa merasa dibohongi dan merasa diperas terhadap biaya-biaya yang seharusnya saya tidak keluarkan. Kecurigaan saya semakin bertambah ketika CSO dan Kepala Kantor Selular Shop Bapak Andi tidak bisa menjelaskan dasar biaya tersebut secara tertulis. Bahkan informasi biaya pengecekan ponsel tersebut berubah menjadi biaya DP. Diinformasikan juga bahwa biaya pengecekan ponsel tersebut harus dibayar di depan sebelum dilakukan servis. No form service saya: DM/BB/11-001023 dan garansi Blackberry saya no. 1.40.SMI3.15006.0910. Kekecewaan saya bertambah saat saya menerima tanda terima, bahwa saya tidak diberikan penjelasan terhadap tanda terima yang saya terima dan saya tanda tangani. Saya meminta pertanggung jawaban dan penjelasan terhadap perlakuan yang saya terima tersebut, di mana bila saya tidak ditanggapi saya akan melanjutkan keluhan saya ini kepada pihak-pihak yang berwenang.

1. BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa konsumen)
2. YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia)

Sinaga, Mei 31, 2012 (My Zone)

Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Tifatul Sembiring menyatakan bahwa penjualan Blackberry di Indonesia telah mengalami penurunan hingga 70%. Baru-baru ini layanan BBM mengalami gangguan di Asia Pasifik hingga mempengaruhi sejumlah negara seperti Indonesia, Australia, Hong Kong, Thailand, India, Filipina, Singapura, Vietnam, dan

Malaysia. Menkominfo menyatakan penurunan penjualan blackberry di Indonesia karena kekecewaan para konsumen akan kualitas layanan Blackberry di Indonesia yang menurun. (Kompas.com)

Kecenderungan konsumen melirik ponsel berharga miring menjadi faktor penyebab Turun Drastisnya pasaran Blackberry di negara kita.karena tidak mampu bersaing dengan harga smartphone Android di pasaran dan hadirnya layanan BBM (BlackBerry Messenger) pada perangkat iOS dan Android. Faktor utama yang banyak diprediksi sebagai penyebab turunnya peminat Blackberry di Indonesia adalah ketidakmampuan bersaing dengan smartphone Android yang menawarkan harga murah. Diketahui, Smartphone Android memiliki harga yang sangat bervariasi, mulai dari Rp 600 ribuan, hingga jutaan. Sedangkan Blackberry baru memperkenalkan pada bulan lalu Smartphone kelas bawah, Q5, yang belum juga diketahui harga pastinya. Untuk faktor kedua, adalah hadirnya layanan Blackberry Messenger atau yang biasa disebut dengan BBM, pada perangkat iOS dan Android. Hal ini muncul spekulasi bahwa penggemar layanan BBM tidak perlu membeli Blackberry jika BBM sudah dapat dinikmati pada perangkat Android dan iOS. Artinya, mereka lebih memilih Smartphone yang fleksibel seperti Android ketimbang harus membeli Blackberry. (Merdeka.com)

Menurut Kotler (2001) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan definisi harga diatas maka dapat disimpulkan Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Oleh karena itu Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan.

Strategi promosi Blackberry ini berawal saat RIM yang merupakan produsen Smartphone ini memutuskan untuk aktif melakukan aksi promosi. cara promosi yang dipakai RIM adalah dengan melakukan promo produk Blackberry di seluruh kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota Medan. RIM yang merupakan singkatan dari Research In Motion ini melakukan promosi dengan cara memberikan edukasi kepada para pelanggan mereka. seperti memberi pengenalan tentang berbagai keunggulan yang akan di dapatkan bila menggunakan Blackberry. pengenalan fitur-fitur yang dimiliki oleh Blackberry yang melebihi Smartphone merek lain. serta berbagai keunggulan yang didapat jika membeli ponsel Blackberry melalui mitra resmi atau distributor RIM di Indonesia. Walaupun Blackberry melakukan promosi dengan cara mengenalkan produknya di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota Medan serta memberikan edukasi kepada para pelanggan mereka. seperti memberi pengenalan tentang berbagai keunggulan yang akan di

dapatkan bila menggunakan Blackberry, cara tersebut tidak meningkatkan penjualan produknya. (anneahira.com)

Tabel 1
Merek-Merek puncak (Top Brand) katagori smart phone
Tahun 2011-2013

NO	MEREK	TOP BRAND INDEX TAHUN 2011	
1	BLACKBERRY	41,50%	TOP
2	NOKIA	39,80%	TOP
3	Iphone	6,20%	
4	SAMSUNG	5,30%	
5	SONYERICSON	3,30%	
NO	MEREK	TOP BRAND INDEX TAHUN 2012	
1	BLACKBERRY	40,70%	TOP
2	NOKIA	37,90%	TOP
3	SAMSUNG	6,60%	
4	NEXIA	3,90%	
5	iPHONE	3,80%	
NO	MEREK	TOP BRAND INDEX TAHUN 2013	
1	BLACKBERRY	39,00%	TOP
2	NOKIA	32,00%	TOP
3	SAMSUNG	11,10%	
4	NEXIA	3,60%	
5	iPHONE	2%	

Sumber : www.Top Brand Index.Com

Tabel 1 Tentang Top Brand Index yang menunjukkan kekuatan merek, Banyak sekali merek-merek yang tadinya populer kemudian lambat laun turun bahkan hilang dari peredaran menghiasi hasil Top Brand Index. Dinamika merek-merek di pasar menunjukkan bahwa kompetisi antar merek di pasar semakin tinggi (Marketing.co.id).

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Smartphone Blackberry menjadi top brand selama tiga tahun berturut-turut, akan tetapi indexnya terus menurun. pada tahun 2011 indexnya sebesar 41,5 % dan pada tahun 2012 indexnya menurun menjadi 40,7%, dan pada tahun 2013 indexnya menjadi 39,0 %.

Tabel 2

Data penjualan Smartphone tahun 2011-2012

NO	COMPANY	2011 UNITS	2011 MARKET SHARE %	2012 UNITS	2012 MARKET SHARE %
1	SAMSUNG	315,052.2	17,7	384,631.2	22
2	NOKIA	422,478.3	23,8	333,938.0	19,1
3	APPLE	89,263.2	5	130,133.2	7,5
4	ZTE	56,881.8	3,2	67,344.4	3,9
5	LG ELECTRONICS	86,370.9	4,9	58,015.9	3,3
6	HUAWEI TECHNOLOGIES	40,663.4	2,3	47,288.3	2,7
7	TCL COMMUNICATION	34,037.5	1,9	37,176.6	2,1
8	RESEARCH IN MOTION	51,541.9	2,9	34,210.3	2
9	MOTOROLA	40,269.1	2,3	33,916.3	1,9
10	HTC	43,266.9	2,4	32,121.8	1,8
11	OTHERS	595886.9	33,6	587399.6	33,6
12	TOTAL	1,775,712.0	100	1,746,176.6	100

Sumber : gartner (february 2013)

Menurut data tersebut, pada tahun 2011-2012 Blackberry mengalami penurunan penjualan, begitu juga pada pangsa pasar (market share) tersebut di peroleh prosentase sebesar 2,9% pada tahun 2011, dan pada tahun 2012 menurun menjadi 2%. maka dengan melihat angka dari prosentase tersebut hal

ini merupakan sebagai ancaman dan kewaspadaan bagi Blackberry yang mulai kehilangan market sharenya.

Berikut adalah penjualan Smartphone Blackberry pada conter AR Cell,JL Mastrib karang pilang kompleks pasar karang pilang

Tabel 3

Volume penjualan Smartphone Blackberry pada AR Cell,Surabaya

NO	BULAN	TAHUN 2011	TAHUN 2012
1	JANUARI	10	7
2	FEBRUARI	8	6
3	MARET	7	6
4	APRIL	9	5
5	MEI	5	4
6	JUNI	3	2
7	JULI	1	2
8	AGUSTUS	5	3
9	SEPTEMBER	6	5
10	OKTOBER	2	1
11	NOVEMBER	3	3
12	DESEMBER	5	3
13	TOTAL	64	47

Sumber : data internal AR Cell,Surabaya

Berdasarkan table di atas menunjukan bahwa penjualan Smartphone Blackberry di AR Cell,Surabaya setiap tahunnya mengalami penurunan. jadi menindikasikan bahwa penjualan Smartphone Blackberry di AR Cell kurang

baik. di duga produsen di kota Surabaya belum maksimal dalam mempromosikan Smartphone Blackberry, sehingga penjualannya tidak stabil.

Oleh karena dengan memperhatikan perilaku konsumen pada saat mengambil keputusan pembelian, perusahaan harus meningkatkan strategi pemasaran yang baik.

Kualitas pelayanan dapat diartikan pelayananan adalah suatu upaya yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan (Rangkuti, 2002). Sedangkan yang dimaksud pelayanan menurut Tjiptono (2000), adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapat kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Kepuasan konsumen dapat dicari apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik. Pelayanan yang diberikan oleh AR Cell mulai dari ketika konsumen membeli Smartphone hingga setelah pembelian, dengan cara memberi garansi toko

Selain pelayanan AR Cell juga harus mempertimbangkan harga. Harga menurut (Swasta, 2003) adalah nilai suatu barang dan jasa yang dapat diukur dengan sejumlah uang. Harga adalah sejumlah pengorbanan (jumlah uang) yang dilakukan oleh seseorang (ditambah beberapa jika mungkin) untuk mendapatkan kombinasi barang atau jasa atau nilai tukar barang atau jasa dan berbagai macam pelayanan dan manfaat lain yang bersangkutan dengan barang atau jasa tersebut (Swasta dan Irawan, 2000)

Factor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian di AR Cell adalah promosi. Promosi menurut (Swasta,2003) adalah usaha perusahaan yang dipakai untuk mempengaruhi konsumen agar bersedia membeli. AR Cell melakukan promosi dengan cara periklanan, penjualan personal, promosi penjualan

Untuk mempertahankan konsumennya, AR Cell dituntut untuk selalu tanggap dan cermat terhadap apa saja yang menjadi keputusan pembelian oleh konsumen seperti kualitas layanan yang baik, selain itu AR Cell harus menyediakan fasilitas yang baik, memadai dan citranya serta memberi harga yang terjangkau dan didukung promosi yang tepat. Sebagai tempat penjualan handphone yang nyaman aman dan lengkap dapat mempengaruhi keputusan pembelian di AR Cell tersebut

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini adalah adanya penurunan penjualan pada AR Cell, atas dasar latar belakang permasalahan-permasalahan yang terjadi, peneliti tertarik mengambil judul penelitian tentang : “Pengaruh Harga,Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya”.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Dari permasalahan yang dihadapi maka masalah masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya?

- b. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

- a. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian Smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian Smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pembelian Smartphone Blackberry pada AR Cell di Surabaya

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan pengetahuan yang bermanfaat baik bagi perusahaan, antara lain:

Ø Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan penjualan dan kualitas perusahaan agar lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.